

## CARA PANDANG DALAM MEMILIH PASANGAN DITENGAH HIPERREALITAS ETNIS LELAKI JAWA, BATAK DAN CHINESE PADA KONTEN TIKTOK

Shafa Salsabila Darmawan<sup>1</sup>, Kezia Ave Asafira<sup>2</sup>, & Kaisha Amelia Putri Sugianto<sup>3\*</sup>

<sup>123</sup> Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember  
e-mail: [220910302060@mail.unej.ac.id](mailto:220910302060@mail.unej.ac.id)

**Abstract:** Living amidst the widespread use of TikTok as a source of entertainment and information, especially for young people, researchers examine the implementation of simulacra theory, namely the occurrence of hyper-reality in TikTok content aimed at Indonesian men of Chinese, Javanese and Batak ethnic descent with subject and space. The scope of research for students of the 2022 class of Sociology Study Program, Jember University. Aims to study and prove whether the glorification of TikTok, which depicts the perfection or shortcomings of men from each ethnicity, ultimately influences the subject's perspective and criteria in choosing the right life partner. Using phenomenological study research methods, this research produced data that the majority of subjects were influenced by imaginary ethnic hyper-reality content and used biased ethnic characters as one of the reference criteria for the partner they were looking for. It can be concluded that the continuous display of video media on TikTok carrying biased symbols and meanings, ultimately provides suggestions and brings simulation depictions into reality in the real world or society, and becomes concrete evidence that Simulacra does occur in this case.

**Keywords:** *TikTok; Perspective; Life Partner; Hyper-reality; Simulacra*

**Abstrak:** Hidup di tengah maraknya penggunaan TikTok sebagai salah satu sumber hiburan dan juga informasi terutama untuk para anak muda, peneliti mengkaji tentang implementasi teori simulacra, yaitu terjadinya hiperrealitas dalam konten TikTok yang ditujukan pada laki laki Indonesia berketurunan etnis Chinese, Jawa dan Batak dengan subjek dan ruang lingkup penelitian mahasiswa angkatan 2022 Prodi Sosiologi Universitas Jember. Bertujuan untuk mempelajari dan membuktikan apakah glorifikasi TikTok yang menggambarkan kesempurnaan atau kekurangan laki laki dari setiap etnis pada akhirnya mempengaruhi cara pandang dan kriteria subjek dalam memilih pasangan hidup yang pas. Menggunakan metode penelitian studi fenomenologi, penelitian ini menghasilkan data bahwa sebagian besar subjek terpengaruh oleh isi konten hiperrealitas etnis yang bersifat imajiner dan menjadikan karakter etnis yang bias sebagai salah satu acuan kriteria pasangan yang dicari. Dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya penayangan media video pada TikTok secara terus menerus dengan membawa simbol serta makna yang bias, pada akhirnya memberikan sugesti dan membawa penggambaran yang bersifat simulasi menjadi sebuah realitas dalam dunia nyata atau masyarakat, dan menjadi bukti konkrit bahwa Simulacra memang terjadi dalam kajian ini.

**Kata kunci:** *TikTok; Cara Pandang; Pasangan Hidup; Hiperrealitas; Simulacra*

### PENDAHULUAN

Masa kini, tentu ada beragam cara bagaimana muda-mudi merepresentasikan perasaan mereka di khalayak umum. Terlebih dukungan teknologi yang semakin canggih, memudahkan akses bagi mereka untuk berkreasi di dunia maya. Tidak terkecuali di salah satu aplikasi yang sedang marak digunakan oleh banyak masyarakat. Akses yang mudah ditambah dengan visual yang menarik membuat tidak monoton melihatnya. Serta tidak lupa durasi yang dipaparkan juga tergolong singkat.

TikTok, sebuah aplikasi yang berisi konten-konten yang dikemas seapik mungkin hingga membuat penontonnya betah untuk terus berada di dalam aplikasi tersebut. Aplikasi ini ramai digunakan di masa-masa pandemi beberapa tahun yang lalu. Segala aktivitas di luar ruangan secara otomatis berhenti. Sehingga tidak jarang masyarakat juga merasakan kebosanan

kala diberlakukannya larangan tidak boleh keluar rumah. Hingga aplikasi ini hadir dan menemani hari-hari masyarakat di masa pandemi.

Berdasarkan survei Hootsuite (We are Social) pada 2019, Indonesia merupakan salah satu negara dengan pengguna internet terbanyak. Jumlah pengguna internet adalah 175,4 juta dan jumlah pengguna media sosial aktif 160 juta (Riyanto, 2020). Berbeda dengan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna Internet di Indonesia meningkat menjadi 196,7 juta pada kuartal II pada tahun 2020. Bersamaan dengan itu, digabungkan dengan data dari Biro Pusat Statistik (BPS), Jumlah penduduk Indonesia mencapai 266 juta, kemudian pengguna internet mencapai 73,7%. Kebanyakan dari mereka online selama lebih dari 8 jam sehari (Pratama, 2020).

Perkembangan media sosial pun juga semakin pesat, tatkala TikTok sendiri sudah menjadi salah satu aplikasi untuk menjajakan barang dan makanan sebagai bentuk promosi dari penjual. Kekhawatiran lainnya adalah potensi perpindahan pekerjaan akibat integrasi teknologi digital. Sektor tradisional mungkin mengalami otomatisasi dan kemajuan teknologi, yang menyebabkan hilangnya lapangan kerja tertentu (Mulyono et al., 2024). Tidak hanya itu, pada bulan Februari lalu juga bertepatan dengan pemilihan presiden dan wakil presiden 2024, TikTok juga menjadi media promosi yang kuat bagi masing-masing pasangan calon presiden untuk berkampanye. Selain itu, TikTok sendiri juga dapat dikatakan sebagai media awal terjadinya hiperrealitas bagi seseorang. Baik dari melihat gambaran peran karakter para idol dan aktris pemain film maupun sudut pandang seseorang yang berbicara mengenai karakter atau sekarang biasa dikenal "tipe ideal" yang mana hal tersebut dapat membuat penontonnya mengklasifikasikan tipe idealnya mengikuti dari konten yang diunggah di TikTok.

Penelitian-penelitian mengenai media sosial TikTok yang dapat membentuk hiperrealitas sudah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya dengan menggunakan berbagai metode dan pendekatan yang berbeda-beda. Beberapa penelitian terdahulu diantaranya dari (Pertiwi, 2021) dengan judul Konsumsi Media Sosial Tik Tok pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya. Di mana membahas mengenai proses konsumsi media sosial pada mahasiswa Universitas Sriwijaya dan citra diri pengguna media sosial Tik Tok pada mahasiswa Universitas Sriwijaya. Pembahasan mengenai aplikasi ini tidak ada habisnya, sebab hadirnya aplikasi ini cukup dikatakan merubah pola perilaku masyarakat yang lebih memilih menggunakan social media mereka untuk beraktivitas.

Adapun hasil penelitian dari artikel tersebut bahwa konsumsi TikTok media sosial di kalangan mahasiswa Universitas Sriwijaya tidak hanya didasarkan pada kegunaan atau kebutuhan, tetapi juga atas dasar keinginan untuk mendapatkan status sosial dan prestise, dan mereka menggunakan Tik Tok untuk menunjukkan perbedaan (diferensiasi). yang menjadi acuan dalam gaya hidup. Lebih jauh lagi, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa citra diri yang ditampilkan oleh mahasiswa Universitas Sriwijaya adalah sebagai pembuat konten lirik lagu, sholawat, komedian, pengusaha, dan pembuat konten yang citranya hanya berdasarkan hiburan seperti menyanyi, menari dan K-poper.

Adapun penelitian lainnya dari Maharani et. Al., (2022) dengan judul Hiperrealitas Pengguna TikTok (Studi Kasus Pada Anak-Anak di Kabupaten Ogan Komering Ulu). Dalam artikel tersebut juga membahas mengenai bagaimana TikTok menjadi trend untuk para penggunanya mengarah kepada hiperrealitas. Hasil dari penelitian tersebut mengatakan bahwa masalah hiperrealitas ini tidak memiliki dampak begitu besar, karena tidak selamanya hiperrealitas ini terjadi apabila dapat dikendalikan. Hiperrealitas tidak hanya dapat terjadi pada aplikasi TikTok saja, karena setiap perkembangan teknologi baru anak-anak muda bisa terjadi hiperrealitas, ini disebabkan rasa ingin tahu yang besar dari diri anak-anak muda ini. Hiperrealitas dapat dihentikan jika anak-anak muda ini mampu untuk mengendalikan dirinya untuk tidak mudah menyukai atau berambisi terlalu berlebihan khususnya pada penggunaan aplikasi, seperti TikTok, serta diberi dengan pengetahuan bagaimana dalam penggunaan media

sosial yang bijak, khususnya aplikasi TikTok yang seharusnya diperuntukkan sebagai tempat untuk menyalurkan kreatifitas anak muda yang dapat menginspirasi semua orang.

Dari pemaparan di atas, penelitian ini akan membahas mengenai **“Cara Pandang Dalam Memilih Pasangan Ditengah Hiperealitas Etnis Lelaki Jawa, Batak & Chinese Pada Konten Tiktok”**. Hiperealitas yang diciptakan dari konten-konten yang diunggah di aplikasi TikTok sering kali memaparkan suatu bentuk realitas yang semu atau berbeda dari realitas yang sebenarnya. Seperti pada judul artikel di atas, fokus penelitian ini akan melihat bagaimana hiperealitas yang dibuat oleh konten kreator di TikTok mengenai tipe ideal pasangan dengan pemilihan karakter berdasar pada etnis di Indonesia. Khususnya konten-konten yang memaparkan mengenai tipe ideal dan sebutan lainnya yang mengarah *bias* pada salah satu atau lebih tipe lelaki di berbagai etnis. Nantiya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih lanjut bagaimana cara pandang memilih pasangan dari hiperealitas etnis lelaki Jawa, Batak dan Chinese pada konten di TikTok.

## METODE

Dalam memperoleh data yang relevan dengan penelitian, Tim peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Tim peneliti memilih untuk menggunakan pendekatan fenomenologi karena pendekatan ini berfokus pada pemaknaan suatu hal berdasarkan pengalaman individu, yang mana setiap individu terkadang memiliki pemaknaan yang berbeda karena terpengaruh oleh pengalaman pribadi tersebut.

“Studi fenomenologis mendeskripsikan pemaknaan umum dari sejumlah individu terhadap berbagai pengalaman hidup mereka terkait dengan konsep atau fenomena” (Creswell, 2015:105).

Data dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan subjek penelitian, kemudian data sekunder diperoleh melalui postingan media sosial terutama Tiktok yang kontennya relevan dengan topik penelitian dan artikel, jurnal, skripsi maupun buku yang dapat digunakan untuk referensi dalam penelitian ini. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa sosiologi angkatan 2022 Universitas Jember yang memiliki sosial media dan kerap menghabiskan waktunya untuk bermain sosial media, terutama Tiktok.

Tim peneliti membutuhkan data berupa perspektif atau sudut pandang dari subjek penelitian terkait sifat seseorang berdasarkan ras atau etnis, yang mana perspektif tersebut dapat dipengaruhi oleh konten-konten media sosial yang membahas tentang etnis tersebut. Dalam pengambilan data, tim peneliti melakukan wawancara dengan beberapa mahasiswa sosiologi universitas jember angkatan 2022 sebagai subjek penelitian. subjek penelitian akan diberikan beberapa pertanyaan yang harus dijawab sesuai dengan perspektif masing-masing individu, jawaban dari subjek itulah yang menjadi data sekunder dalam penelitian ini. Oleh karena itu data primer dan data sekunder sangat diperlukan untuk memperoleh hasil penelitian yang akurat.

## HASIL

### Muatan Pemaknaan 3 Etnis dalam Konten Tiktok

Aplikasi Tiktok memiliki beragam konten yang menarik untuk dilihat para pengguna Tiktok, mulai dari makeup, parodi, makanan, pendidikan, karaoke, dan lain sebagainya. Tentu saja diantara konten-konten tersebut terdapat beberapa konten yang membahas terkait etnis seperti etnis Jawa, Batak, Chinese dan lain sebagainya. Isi dalam konten yang membahas ini bukanlah menjelek-jelekkan suatu etnis, melainkan berisi kalimat yang meromantisasikan sifat maupun fisik suatu etnis dan menjadikannya tipe pasangan ideal. Konten terkait etnis ini pada

awalnya hanya dibuat oleh beberapa kreator tiktok, namun seiring berjalannya waktu dan antusias penonton terhadap konten ini, banyak kreator lain yang ikut serta membuat konten serupa dan menjadi suatu *Trend* Tiktok, akibatnya, banyak penonton yang terpersuasi untuk membuat suatu etnis menjadi tipe ideal pasangan mereka berdasarkan sifatnya.

*“The reality of or recreation as a lifestyle or trend has had a domino effect on many people who are tempted to do the similar activities and upload them to social media”* (Istriyani, 2021;27)

Dalam penelitian ini, konten tiktok yang akan menjadi topik utama adalah konten yang berisi tentang sifat seseorang dari etnis Jawa, Batak maupun Chinese yang menjadi tipe ideal dalam memilih pasangan. Tim peneliti memilih 4 video Tiktok yang sesuai dengan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Dalam video pertama berisi video yang bertuliskan “Tetap bertahan sama koko2 chindo ditengah gempuran mas2 jawa dan sumatra”, yang mana maksud dari video tersebut adalah sang kreator tetap menjadikan lelaki ‘chindo’ sebagai tipe ideal pasangannya dikala kreator toktok lainnya membuat konten tentang mengagungkan sifat etnis Jawa dan Sumatra sebagai tipe ideal mereka.

Dalam konten yang kedua juga membahas tentang Chindo, yang mana dalam video tersebut terlihat sang konten kreator yang bukan beretnis tionghoa tersebut menggunakan pakaian seperti yang sering Chindo gunakan, yaitu kaos dan celana pendek yang mana apabila digunakan oleh Chindo, maka *style* tersebut terlihat keren, berbanding terbalik saat etnis non tionghoa yang menggunakan *style* tersebut, sang kreator yang merupakan etnis non tionghoa merasa bahwa ia terlihat kampungan karena ia merasa warna kulitnya tidak cocok menggunakan pakaian yang biasa digunakan Chindo. Respon yang diberikan oleh penonton cukup beragam, ada yang setuju karena ia juga merupakan etnis chindo dan karena ia ingin memperbaiki keturunan karena ia menilai lelaki chindo memiliki paras yang rupawan, namun ada pula yang tidak setuju karena ia merasa keluarga besar terutama orang tua sang lelaki chindo akan mengharapkan memiliki menantu yang beretnis sama.

Konten video yang ketiga berisi bahwa sang kreator menginginkan lelaki jawa yang memiliki sifat sabar, dewasa, royal, sopan sebagai pasangan ideal sang konten kreator. Kemudian di konten yang terakhir berisi tentang peringatan untuk wanita yang ber-Etnis Jawa bahwa lelaki Batak memiliki sifat yang keras dan tidak cocok dengan sifat wanita jawa yang lemah lembut. kedua video tersebut juga memiliki respon yang beragam. Berdasarkan komentar yang ada dalam ketiga video tersebut, banyak orang yang setuju maupun yang tidak setuju dengan pernyataan yang ada didalam video, tidak sedikit juga penonton yang akhirnya tersugesti dan meyakini bahwa pernyataan tersebut benar dan dapat digunakan untuk menjadi acuan dalam memilih pasangan.

Keempat konten tersebut memberikan gambaran terkait sifat lelaki berdasarkan etnis, dimulai dari Chindo yang digambarkan bersifat royal dan memiliki paras yang rupawan, etnis Jawa yang memiliki sifat sabar dan lembut, kemudian etnis Batak yang digambarkan memiliki sifat keras dan patriarki. keempat video tersebut menyajikan konten yang menggeneralisasikan etnis kedalam sifat sifat tertentu, yang mana sejatinya setiap manusia pasti memiliki sifat yang berbeda beda.

Sudut Pandang Informan Terhadap Konten Tiktok Hiperealitas 3 Etnis (Jawa, Batak, dan Chinese)

Tim peneliti melakukan wawancara terhadap beberapa mahasiswa Sosiologi Universitas Jember angkatan 2022, yang mana mereka sering menghabiskan waktunya untuk bermain media sosial terutama tiktok. Terdapat beberapa pertanyaan yang diajukan kepada subjek penelitian untuk memperoleh hasil yang sesuai dengan konteks penelitian dengan menampilkan empat video yang menjadi referensi. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan bersama PN, AE, dan SL, kami mendapatkan pernyataan mereka sebagai berikut:

Pada informan pertama, ia kerap kali menghabiskan waktu luangnya untuk bermain me-

dia sosial, ia menyatakan bahwa media sosial tidak hanya menyajikan konten-konten yang bersifat menghibur, tetapi juga konten yang bersifat informatif. Ia merasa informasi yang disajikan oleh media sosial melalui konten video maupun foto bersifat menyenangkan, tidak membosankan seperti ia membaca buku. Oleh karena itu ia sering kali mencari pengetahuan baru melalui media sosial. Salah satu konten yang sering ia lihat adalah konten yang menyangkut etnis, termasuk video yang berisi hiperrealitas pada sifat beberapa etnis, meromantisasikan sifat dan menjadikannya sebagai tipe ideal dalam memilih pasangan. Menurutnya, konten tersebut cukup untuk memengaruhi cara pandangnya terhadap suatu etnis.

Informan tersebut merasa bahwa ia memiliki sedikit pemahaman dan pengalaman terkait bersosialisasi dengan etnis lain karena ia hidup di lingkungan yang mayoritas memiliki etnis yang sama dengannya. Oleh karena itu, konten tiktok yang membahas tentang etnis lain dijadikan oleh informan sebagai acuan dalam menilai sifat atau karakter suatu etnis. Namun meski begitu, Informan percaya bahwa sifat seseorang tidak hanya didasari oleh etnis mereka, tidak semua lelaki Batak memiliki sifat yang keras kepala dan patriarki, dan tidak semua lelaki Jawa memiliki sifat yang lembut dan sabar. Informan pertama menyatakan bahwa ia lebih memilih untuk menjalin hubungan dengan lelaki etnis Jawa, dibanding lelaki etnis Batak maupun Chindo karena ia meyakini bahwa pernyataan dalam konten tiktok yang membahas tentang sifat lelaki berdasarkan etnis tersebut tidak sepenuhnya salah. Yang mana dalam konten tiktok yang sering informan temui, banyak yang memuji karakter lelaki Jawa dikarenakan sifatnya yang penyabar. (Wawancara, 21 Maret 2024)

Didapatkan informasi dari informan kedua yang menyatakan bahwa dengan kebiasaan untuk aktif di sosial media TikTok dengan rata-rata durasi per hari 1-3 dan 1-5 jam di hari libur, ia menggambarkan satu per satu karakter lelaki dari ketiga etnis tersebut sebelum diperlihatkan sampling dari 3 konten yang menggambarkan hiperrealitas. Lelaki keturunan Chinese dinilai lebih elite dalam segi *style*, memiliki gaya hidup disiplin yang tinggi, terkenal sukses dan akhirnya “susah digapai” menurut sudut pandang dan kemampuan informan kedua. Sedangkan pada lelaki etnis Jawa, informan menggambarkan seperti penyayang, lebih menghormati pasangannya bahkan informan menyebut “bisa me-ratu-kan pasangannya, manis rupawan dan juga memiliki kharisma meski dilihat dari namanya saja. Penggambaran ini cukup berbeda dengan yang diberikan informan untuk karakter dari lelaki etnis Batak yang dimana sedari awal informan telah memberikan statement tidak suka/menyukai lelaki dari etnis ini karena cara bicaranya yang cenderung keras dengan kepribadian keras kepala dan ego yang tinggi. Informan kedua juga menyatakan bahwa setelah ia menonton 3 konten tersebut ia merasa semakin tersugesti dan meyakini bahwa penggambaran yang disajikan di TikTok tersebut adalah benar dan sesuai dengan sudut pandang per masing-masing karakter etnis yang selama ini ia yakini walau ia belum pernah menjalin hubungan secara langsung dengan semua etnis tersebut. (Wawancara, 15 Maret 2024).

Dari konten TikTok yang telah disajikan sebelumnya, Informan ketiga kali ini memiliki pemahaman yang berbeda dari informan-informan sebelumnya, percaya bahwa ada suatu hal yang mempengaruhi konten kreator membuat dan mengunggah konten tersebut. Terlebih mengenai kriteria pasangan, betul bahwasannya tipe ideal setiap individu berbeda, namun ada alasan yang mana menurut informan menjadi sebab mengapa content creator tersebut mengungkapkan pandangannya dengan membuat video dan mengunggahnya. *social culture*, begitu menurut informan, dimana informan menyebutkan ada suatu hal yang mempengaruhi konten kreator sampai berpikir demikian. Hal tersebut dapat terjadi disebabkan oleh kondisi lingkungan konten kreator, yang bisa saja dikelilingi oleh salah satu etnis tertentu hingga menjadi ciri khas sendiri di daerahnya. Itulah alasan yang kuat mengapa dapat muncul perspektif sang kreator sampai mengunggah dan menjadikan konten di TikTok. Selain itu, informan ketiga juga memiliki pandangan tersendiri bahwasannya konten-konten yang dibuat di TikTok dimana membahas mengenai kriteria pasangan, tidak mempengaruhi dirinya. Mem-

iliki perspektif yang berbeda, dibanding mengikuti dan menyetujui isi konten tersebut, informan justru memiliki kriteria atau tipe ideal pasangannya sendiri. Namun kembali pada perspektif setiap individu, informan dengan “tangan terbuka” menerima dan menghargai setiap pandangan masing-masing mengenai kriteria pasangan. (Wawancara, 7 April 2024).

## PEMBAHASAN

Beragam bentuk konten-konten di TikTok, menjadi daya tarik sendiri bagi sebagian masyarakat. Manakala di setiap konten-konten yang ada memiliki isi dan bentuk penyampaian yang berbeda-beda. Tidak terkecuali konten yang mengenai kriteria atau tipe ideal pasangan. Sebelumnya, peneliti telah menguraikan hasil penelitian terhadap informan mengenai pandangan mereka terhadap konten tentang kriteria pasangan yang mewakili dari etnis Jawa, Batak dan Chinese. Baudrillard merupakan seorang penulis yang sangat produktif yang telah menerbitkan lebih dari lima puluh buku, dia juga tidak segan untuk mengomentari isu budaya dan isu sosiologis yang menonjol di era kontemporer (Stanford Encyclopedia of Philosophy, 2019).

Dalam fenomena yang dibahas kali ini, tentu ada kaitannya dengan teori simulacra. Baudrillard (1994) menyebutkan bahwa segala sesuatu tentang dunia diciptakan atau disimulasikan oleh teknologi digital sehingga seolah menjadi tampak nyata, ialah simulakra atau citra buatan. Kembali pada fenomena penelitian, konten-konten yang ada di TikTok itulah yang dapat menggeser realitas sebenarnya menuju realitas semu dari simulasi oleh kemajuan teknologi hingga tampak nyata, inilah maksud dari simulacra. Namun, ada saatnya dimana realitas semu tadi memunculkan kenyataan baru sehingga dapat melampaui kenyataan aslinya, di situlah yang dimaksud Hiperrealitas. Jika melihat dari fenomena penelitian, bagaimana konten-konten tersebut menjadi sebuah kenyataan baru dimana masyarakat meyakini bahwa apa yang disajikan oleh konten kreator melalui kontennya adalah suatu hal yang benar atau fakta.

### Teori Simulacra Jean Baudrillard

Mengenal lebih jauh tentang sosok Jean Baudrillard, ia adalah seorang pakar teori kebudayaan filsuf kontemporer, pengamat ahli politik, peneliti atau sosiolog dan juga fotografer. Ia lahir pada 20 Juni tahun 1929 di salah satu kota bagian utara negara Perancis yaitu Kota Rheims. Eksistensi dan keilmuannya memiliki keterkaitan erat dengan postmodernisme dan post kulturalisme karena pengaruhnya sebagai ahli teori dan kritikus di era 1980-an yang mengkritisi bagaimana media massa dan masyarakat saling mempengaruhi di masa pasca modern. Dalam karya-karyanya yang mengkritik tentang perkembangan teknologi, pendidikan dan juga periklanan, gaya penulisan serta pemikirannya banyak dipengaruhi oleh Marxisme namun masih terdapat percampuran gaya berpikir juga oleh Merceel Mauss, termasuknya strukturasi Levi-Strauss dan sosiologi yang menganut Durkheim.

Pada hasil kepenulisan dan daya pikirnya sebagai seorang sosiolog dan juga filsuf kontemporer, salah satu karyanya yang berjudul “Simulacra and Simulations (1985)”, dijelaskan bahwa Jean Baudrillard menyebutkan bahwa masyarakat tiruan merupakan hasil dari proses yang dimana masyarakat kontemporer hidup dalam kebiasaan arti dari sebuah tanda atau kode, sinyal dan kiasan serta sebuah objek atau subjek yang dijadikan contoh, yang pada akhirnya menciptakan siklus terus menerus sebuah implementasi dari teori yang disebut Simulacra. Menurut pemahaman dari teori Simulacra secara intrinsik adalah manusia yang berada dalam kehilangan realitas suatu kondisi dan berada pada kondisi delusional atau berimajinasi atau hidup dalam angan-angan dalam ruang lingkup simulasi tersebut. Dari faktor-faktor tersebut menyebabkan sesuatu yang real dan imajiner memiliki batasan yang kontras dan memiliki persamaan, dan pada akhirnya melahirkan suatu fenomena yang bias dan inkonsisten (kepura-

puraan) hasil simulasi (hiperealitas).

Hiperrealitas sendiri menurut Baudrillard ialah keadaan di mana sebuah representasi dipandang lebih nyata dari objek yang direpresentasikan (Baudrillard, 1994). Hal ini lah bagaimana simulacra dapat mempengaruhi pikiran kita seolah-olah dunia simulasi yang diangkat oleh media (media massa, media sosial) itu nyata meskipun tanpa menghadirkan realitas aslinya secara esensial. Di era yang penuh dengan hiperealitas, dunia menampilkan citra-citra bias yang hampir sama dengan yang asli. Masa lalu dan sekarang bergabung, banyak simbol bercampur dengan kenyataan, kenyataan diubah menjadi rekayasa, dan kebohongan dipresentasikan seolah-olah benar. Informasi yang disajikan sudah tercampur antara fakta, manipulasi, berita palsu, dan kebenaran dan hal itu melahirkan sebuah kondisi yang dimana manusia sadar bahwa mereka hidup dalam dasar yang artifisial (Utoyo 2001).

### **Fenomena Simulacra: Hiperrealitas Etnis pada Konten TikTok**

Implementasi hiperrealitas nyata terjadi pada media massa terkhusus platform TikTok yang menjadi sumber data yang sedang diteliti oleh tim peneliti. Dalam konten yang dibuat oleh para pengguna TikTok yang menggambarkan bahwa lelaki dari etnis keturunan Chinese “dipastikan” memiliki style yang minimalis namun selalu dipandang elegan. Hal ini dibuktikan dengan dua konten berisi sudut pandang yang dibuat oleh dua kreator TikTok yang menggolongkan dirinya sebagai non-Chindo sebagai berikut:

“Gw ketika nyoba style Chindo pas ke mall, gak nyaman karena lutut item keliatan, dan mikir pake sandal dikira orang gw numpang AC doang”. (Chris, 2021). (Video TikTok)

“Susah bgt ya kalo bukan chindo” (Lubis Esther, 2022). (Video TikTok)

Dari dua kutipan kalimat di atas pada video tersebut, seakan akan digambarkan sebuah realitas bahwa semua lelaki dengan keturunan Chinese akan selalu terlihat elegan dan tidak bisa disejajarkan stylenya dengan lelaki dari non-Chindo, padahal tidak ada jaminan pasti bahwa style tersebut nyaman dipakai dan dijadikan standar tersendiri oleh lelaki yang berasal dari etnis keturunan Chinese. Sedangkan dari perspektif Lubis sebagai kreator peremuan non-Chindo yang mengharapkan pasangan Chindo, merasa sulit untuk melampaui “batasan” yang bersifat imajiner karena pada konten tersebut tidak disajikan alasan kreator merasa “susah” untuk memantaskan dirinya. Dari simbol simbol, tanda serta manipulasi yang dibuat oleh beberapa sample konten di atas membentuk stigma yang bersifat hiperrealitas dari keadaan sesungguhnya.

Bergeser pada hiperrealitas pada konten TikTok yang ditujukan pada lelaki dari etnis Jawa juga sama halnya terjadi dengan dasar sebagai berikut:

“..ya kalau dapet mas mas jawa yg sabarnya seluas samudra, ganteng, cukup dengan 1 wanita, royal, dewasa, pekerja keras, punya plan, sopan, fam-men, penyayang, sefrekuensi, kalo dipanggil “mas” jawabnya “dalam sayangku cintaku cantikku”, siapa yang gamau?” (Mtchalvue, 2024). (Video TikTok)

Dari ungkapan yang digambarkan oleh kreator TikTok tersebut mengenai karakter dari lelaki etnis Jawa terlihat hiperbola atau terlalu melebih-lebihkan. Tampak dari imajinasi yang berusaha ia tuangkan melalui ungkapan kata sabar yang seluas samudra, sopan dsb sesuai dengan kutipan di atas, ia berusaha membuat framing bahwa semua mas-mas Jawa pasti memiliki karakter dan tampang yang menawan. Namun, sama halnya dengan hiperrealitas pada lelaki etnis Chinese-Indonesia, framing tersebut menjadi contoh dari sesuatu yang imajiner yang ingin dijadikan sebagai realitas oleh kreator kepada para penikmat konten tersebut, dan pada akhirnya orang yang menonton menjadi tersugesti dan mempercayai statement imajiner tersebut dan mengimplementasikannya dalam sebuah realitas.

Terakhir, yaitu fenomena hiperrealitas yang terjadi pada penggambaran lelaki keturunan etnis Batak pada konten dalam platform TikTok salah satunya sebagai berikut:

“Buat cewe Jawa di tiktok pengen dapat cowo Batak asli Sumatra, please perempuan

lembut seperti kalian jangan terkecoh, cowo Batak asli Sumatera itu keras melebihi batu padas, jarang didukung sama keluarga besar kalau nikah sama cewe bukan keluarga Batak...” (Butar Butar, 2023) (Video TikTok)

Dengan jelas kreator ini ingin menggambarkan bagaimana karakter dari lelaki etnis Batak asli Sumatera yang ia yakini sebagai fakta bahwa mereka pada dasarnya berkarakter keras. Penggambaran bahasa yang terkesan negatif ini diperkuat dengan simbol perumpamaan “batu padas” dengan harapan akan mempermudah penonton konten untuk memahami dan semakin percaya bahwa lelaki dari etnis ini tidak “sebaik” yang orang-orang asumsikan. Bahasa muncul sebagai perantara dari subjek individu untuk memperlihatkan kemampuannya dalam memutuskan objek dan melakukan pertukaran pada subjek di luar dirinya (Prasetyo, 2012). Mirip dengan apa yang terjadi pada hiperrealitas konten TikTok yang ditujukan pada lelaki etnis Chinese, pada adat keluarga Batak memiliki kebiasaan untuk memilih jodoh sesama Batak. Budaya tersebut digambarkan oleh sang kreator sebagai sebuah “tembok” atau “batasan” yang akan sulit dilalui apabila ada seorang perempuan non-Batak yang ingin memiliki pasangan lelaki keturunan Batak asli Sumatera, begitupun sebaliknya.

Dari semua analisis dan bukti hiperrealitas yang digambarkan secara massal dan masih berlanjut hingga saat ini di platform TikTok pada laki-laki dari ketiga etnis di Indonesia (Chinese, Jawa dan Batak) akhirnya membentuk sebuah komunikasi massa yang didalamnya dibuat seakan terlihat nyata, dan akhirnya orang-orang mempercayainya sebagai kenyataan. (Saumantri, Zikrillah. 2020).

## SIMPULAN DAN SARAN

### *Simpulan*

Berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa konten TikTok cukup berpengaruh terhadap pandangan seseorang terhadap suatu etnis. Hiperrealitas atas etnis yang disajikan dalam konten TikTok dapat mensugesti penonton untuk meyakini dan mempercayai bahwa suatu etnis memiliki sifat tertentu yang pasti dimiliki oleh seseorang yang beretnis tersebut. Hal yang awalnya merupakan rekayasa dan tidak pasti tersebut menjadi suatu realitas yang valid karena hiperrealitas yang ditampilkan dalam konten TikTok tersebut berhasil mensugesti penonton untuk mempercayainya. Fenomena ini sesuai dengan teori Simulacra yang dikemukakan oleh Baudrillard.

### *Saran*

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil yaitu hiperrealitas yang disajikan dalam konten TikTok dapat mensugesti penonton untuk meyakini suatu hal yang belum tentu kevalidannya. Oleh karena itu, diharapkan penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai pengetahuan dan pembelajaran untuk dapat memilah informasi yang disajikan di dalam media sosial, terutama TikTok. Diharapkan pembaca dapat semakin bijaksana dalam menerima informasi yang tersebar luas di media sosial.

## DAFTAR RUJUKAN

- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and simulation*. Ann Arbor: The Michigan University Press.
- Butar Butar. (2023). *Yakin, Cewe Jawa Mah Mau Gabung Batak Pride?* (Video). TikTok <https://vt.tiktok.com/ZSFbkmHG/> diakses pada 10 Maret 2024.
- Chris. (2021). *Gw ketika nyoba style Chindo pas ke Mall* (Video). TikTok <https://vt.tiktok.com/ZSFpym8BM/> diakses 10 Maret 2024.
- Creswell, J.W. (2023). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*. 2nd ed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Istriyani, R. (2021). *Consuming Leisure Time: How The Tourism Trend Has Changed The Village*. *Jurnal of Contemporary Sociological Issues*, [S.I], Vol. 1, No. 1. (<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JCSI/article/view/19803> diakses 12 April 2024)
- Lubis Esther. (2022). *Susah bgt ya kalo bukan chindo*. (Video). TikTok <https://vt.tiktok.com/ZSFpfjKXa/> diakses 10 Maret 2024.
- Maharani, R., Rahmawati, U., & Novitasari, D. (2022). Hiperrealitas Pengguna TikTok (Studi Kasus Pada Anak-Anak di Kabupaten Ogan Komering Ulu). *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, (Online), Jilid 3, No. 1, (<http://journal.unbara.ac.id/>, diakses 6 April 2024).
- Mtchalvue. (2024). *Katanya Trauma* (Video). TikTok <https://vt.tiktok.com/ZSFbkFn4K/> diakses 10 Maret 2024.
- Mulyono, R. D. A. P., Rosa, D. V., Prasetyo, H., & Mahardiyanto, A. (2024). Mentoring Smart Cultural Tourism Berbasis Potensi Lokal Menuju Kemandirian Ekonomi di Desa Klungkung Kabupaten Jember. *Warta Pengabdian*, 18(1), 70-88. (<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/W RTP/article/view/46992>, diakses pada 12 April 2024).
- Pertiwi, S. (2021). Konsumsi Media Sosial Tik Tok pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya. *Jurnal Empirika*, (Online), Jilid 6, No. 2, (<http://journalempirika.fisip.unsri.ac.id>, diakses 6 April 2024)
- Philosophy, S.E. (2019). Jean Baudrillard. Retrieved from Stanford Encyclopedia of Philosophy: <https://plato.stanford.edu/entries/ baudrillard/>
- Prasetyo, H. (2012). Form Actions dalam Simulakra Identitas. *Jurnal Entitas Sosiologi*. Vol. 1, No. 1. <https://repository.unejac.id/xmlui/handle/123456789/85542v> diakses 12 April 2024)
- Pratama, A. M. (2020). Pengguna Internet Indonesia hingga Kuartal II 2020 Capai 196,7 Juta Orang. *Kompas.com*. Dikutip dari <https://money.kompas.com/read/2020/11/09/213534626/pengguna-internet-indonesia-hingga-kuartal-ii-2020-capai-1967-juta-orang>
- Rahayu, F. S., Kristiani, L., & Wersemetawar, S. F. (2019). Dampak Media Sosial terhadap Perilaku Sosial Remaja di Kabupaten Sleman, Yogyakarta. In *Prosiding SEMNAS INOTEK (Seminar Nasional Inovasi Teknologi)*. Vol. 3, No. 1. (<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/inotek/article/view/511>, diakses 7 April 2024.)
- Riyanto, A. D. (2020). Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020. *Andi.Link*. Dikutip dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>
- Saumantri, T., & Zikrillah, A. (2020). Teori Simulacra Jean Baudrillard Dalam Dunia Komunikasi Media Massa. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*. Vol. 11 No. 2 ([TEORI SIMULACRA JEAN BAUDRILLARD DALAM DUNIA KOMUNIKASI MEDIA MASSA | Saumantri | ORASI](#) diakses 7 April 2024.)
- Ulaan, K., Herani, I., & Rahmawati, I. (2016). Prasangka Mahasiswa Papua Pada Etnis Jawa Di Kota Malang. *Jurnal Mediapsi*, Vol. 2, No. 1. (<http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1759091&val=10092&title=Prasangka%20Mahasiswa%20Papua%20pada%20Etnis%20Jawa%20di%20Kota%20Malang> diakses 7 April 2024.)
- Utoyo, B. (2001). Perkembangan Pemikiran Jean Baudrillard: Dari Realitas Ke Simulakrum. Universitas Indonesia